BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latarbelakang masalah

PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat (DJB) adalah perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dibidang kelistrikan. Sebagai perusahaan milik negara yang menyediakan produk jasa penerangan, tentu bukan hanya mementingkan laba, melainkan juga pelayanan kepada masyarakat. Salah satu cara untuk bisa memaksimalkan pelayanan kepada masyarakat adalah tersedianya layanan informasi pelanggan. Informasi adalah komoditas utama bagi pelanggan sehingga proses penyampaian informasi kepada mereka harus berjalan secara efektif. Untuk bisa memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan tentu perusahaan membutuhkan wakil dari mereka yang memiliki kredibilitas. Karena kredibilitas perusahaan ditentukan juga oleh kredibilitas pada masing-masing individu didalamnya.

Kredibilitas merupakan salah satu faktor yang menentukan keberhasilan komunikator atau penyampai informasi dalam menyampaikan pesan kepada komunikannya atau pelanggan sebagai penerima pesan. *Costumer Serivice Officer* (CSO) *Contact Center PLN123* adalah sub bidang PLN yang melayani kebutuhan informasi pelanggan. CSO *Contact*

Center 123 ini adalah orang-orang yang dipercaya oleh perusahaan memiliki kredibilitas untuk bisa menyampaikan informasi kepada pelanggan.

Contact Center PLN123 adalah suatu bentuk pelayanan informasi pelanggan selama 24 jam melalui telepon. Terhitung sejak tahun 2010 lalu, *Contact Center PLN123* menjadi pelayanan yang di unggulkan oleh perusahaan untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan. Pelayanan informasi yang diberikan oleh CSO *Contact Center PLN123* dikutip dari *website* resmi PLN, meliputi pelayanan keluhan seperti gangguan listrik, dan informasi keniagaan.

Contact Center PLN123 diseluruh Indonesia terdapat 9 (sembilan) kantor, yang terletak dibeberapa perwakilan provinsi, seperti Bandung, Jakarta, Bali, Surabaya, Semarang, Palembang, Medan, Makasar dan Balik Papan. *Contact Center PLN123* dimanapun letaknya, sebetulnya bisa diakses secara nasional, bukan hanya oleh pelanggan dari sekitar kantor *Contact center123* berada. Tetapi melalui sistem jaringan SSID (*Service Set Identifier*) yang bisa mendeteksi identitas nomor *Handphone* atau kode area telepon yang kemudian bisa menyimpan otomatis identitas tersebut. Sehingga *Contact Center PLN123* yang berada di Bandung bisa mengutamakan pelayanan pada pelanggan PT. PLN (Persero) DJB. Apabila satu kantor *Contact Center PLN123*, misal di *Contact center123* DJB sedang penuh dengan panggilan telepon pelanggan, maka pelanggan DJB juga bisa dilayani oleh CSO di kantor distribusi yang lain.

Diseluruh Indonesia, dalam satu waktu yang sama, pelanggan bisa menghubungi *CSO Contact Center PLN123* maksimal 30 panggilan telepon, sehingga pelanggan tidak harus menunggu lama untuk bisa menghubungi CSO. Ini bisa terjadi karena kerja sama PT. PLN (Persero) DJB dengan Perusahaan Telekomunikasi Indonesia (Telkom), untuk menyediakan perangkat sistem yang terdapat 90 *chanel* di seluruh Indonesia sehingga CSO *Contact Center PLN123* memungkinkan untuk menerima 30 panggilan dalam waktu bersamaan di tempat bebeda.

CSO Contact Center PLN123 menjalankan tugasnya dalam merespon kebutuhan informasi pelanggan, berperan sebagai seorang komunikator yang menjadi sumber informasi bagi pelanggan PLN. Sebagai pelaku utama dalam proses komunikasi, komunikator memegang peranan yang sangat penting, apalagi dalam hal ini *Contact Center PLN123* tidak lagi sebagai individu, namun membawa dirinya sebagai perwakilan dari sebuah perusahaan. Untuk itu, sebagai komunikator haruslah terampil berkomunikasi agar dapat memberikan pelayanan yang memuaskan.

Selama ini, banyak kebutuhan informasi pelanggan yang sering diajukan ketika menghubungi *Contact Center PLN123*, seperti keluhan mengenai pemadaman, dan gangguan kelistrikan lainnya. Ada juga yang meminta informasi keniagaan seperti informasi penambahan daya, dan pemasangan baru, listrik prabayar, dsb. Kebutuhan informasi paling mendominasi berdasarkan data bulan Mei 2016 yang peneliti peroleh dari Pak Ahong, bagian *Disk Control Contact Center PLN123* adalah keluhan

dan gangguan dari pelanggan yang membutuhkan klarifikasi dari CSO, sehingga CSO harus benar-benar memiliki kemampuan untuk menjadi seorang komunikator yang handal agar bisa memberikan informasi sesuai dengan kebutuhan pelanggan sehingga pelanggan puas akan informasi yang diperolehnya. Menurut Hafied Cangara dalam bukunya *Pengantar Ilmu Komunikasi*, untuk menjadi komunikator yang handal seorang komunikator harus memiliki kredibilitas atau kepercayaan, kekuatan dan daya tarik .(Cangara, 2011: 87)

PT. PLN (Persero) DJB memiliki Standar Operasional Prosedur (SOP) untuk menentukan tingkat kredibilitas dari masing-masing CSO *Contact Center PLN123*. Sebelum CSO terjun langsung melayani kebutuhan informasi pelanggan, mereka telah dibekali pengetahuan dan ilmu mengenai pelayanan pelanggan sesuai dengan SOP perusahaan. Selain itu, berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Ros, selaku *Supervisor Contact Center* PT. PLN (Persero) DJB, untuk meningkatkan kualitas yang didalamnya mencakup kredibilitas dari CSO *Contact Center PLN123*, setiap bulannya selalu rutin diadakan evaluasi melalui program CMC (*Coaching, Mentoring dan Consulting*).

> "Setiap bulannya kita adakan CMC (*Coaching, Mentoring, dan Conselling*) untuk mengevaluasi *CSO Contact center* yang kurang maksimal dalam melayani pelanggan. Bagi yang melanggar, misalnya tidak mengangkat telepon dalam waktu 30 detik kita kenakan sanksi. Banyak sanksinya, bisa sampai kena SP3 (Surat peringatan)." (7/4/2016)

CSO yang mengikuti program ini adalah mereka yang memiliki penurunan dalam melayani pelanggan. Pada program ini, mereka diberikan

kesempatan untuk bisa berdiskusi mengenai keluhan dan hambatannya dalam melayani pelanggan dengan TL (*Team Leader*) yang memimpin mereka secara langsung sehingga diharapkan setelah CMC mereka bisa memperbaiki kualitas mereka. Banyak hal yang bisa membuat CSO termasuk pada daftar CMC, tetapi kebanyakan adalah karena kurangnya CSO dalam penilaian *Customer Atribut*. Ini meliputi *Greating* atau salam pembuka, penyampaian informasi sampai dengan salam penutup juga akurasi informasi yang disampaikan pada pelanggan. Dimana hal ini merupakan faktor-faktor yang terkait pada kredibilitas CSO sebagai komunikator.

Setelah mengikuti CMC, ada beberapa *feedback* yang diberikan oleh perusahaan sebagai bentuk pembinaan, salah satunya adalah dilakukan simulasi. TL akan menguji *CSO Contact Center PLN123* atas nama pelanggan melalui telepon, dan meminta beberapa informasi, kemudian dilakukan penilaian. Simulasi ini dilakukan dalam waktu tiga hari. Apabila pada proses simulasi CSO sudah dinilai layak kembali, barulah mereka kembali beroperasi.

Menurut Bapak Deny Kusnandar, Spv. Operasional *Contact Center PLN123,* ada 2 (dua) penilaian, yang menjadi bahan pertimbangan seorang CSO untuk mendapatkan *reward* atau *punishment* mengikuti CMC. (1) *Quality Assurance,* yang meliputi *Customer Atribut* dan *First Call Resolution* (FCR), (2) *Activity,* yang meliputi kedisiplinan kehadiran, keterlambatan, tingkat RNA *(Ring No Answer)* dan tingkat DC *(Drop Call).*

Selain itu, permasalahan lainnya adalah menurunnya kuantitas dari CSO. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Deny Kusnandar, *CSO Contact Center PLN123* pengalami penurunan kurang lebih sekitar 100 orang.

> "Dulu, jumlah *CSO Contact Center PLN123* ada 240 orang, sekarang hanya tersisa 136 orang. Berkurang 100 orang lebih. Banyak juga ternyata." (13/03/2016)

CSO *Contact Center PLN123* sudah seharusnya memiliki kredibilitas agar fungsinya sebagai pelayan informasi yang mewakili perusahaan dapat dipercaya oleh pelanggan sehingga mampu memunculkan perubahan sikap positif pelanggan terhadap perusahaan. Oleh karena itu, ia harus memiliki kredibilitas yang tinggi seperti yang dikutip oleh Cangara, dalam bukunya *Pengantar Ilmu Komunikasi :*

> "Kredibilitas sebagai seperangkat persepsi tentang kelebihan-kelebihan yang dimiliki sumber sehingga diterima atau diikuti oleh khalayak (penerima). Gobel, Menteri Propaganda Jerman dalam Perang Dunia II menyatakan bahwa, untuk menjadi seorang komunikator yang efektif harus memiliki kredibilitas yang tinggi. "(Cangara, 2011:93)

Pada komunikasi, seorang komunikator menjadi salah satu unsur yang dibutuhkan, tidak terkecuali dalam konteks komunikasi organisasi. Peran komunikasi sangatlah penting untuk penyebaran informasi karena informasi dalam sebuah perusahaan atau organisasi seperti nafas yang tidak bisa dipisahkan dalam kehidupan manusia.

Perkembangan teknologi pada era globalisasi saat ini, memberikan banyak kemudahan untuk berkomunikasi, sehingga dengan mudah memenuhi kebutuhan informasi. Munculnya teknologi seperti ini,

disebabkan karena semakin rumitnya permasalahan manusia sehingga mereka menginginkan penyelesaian secara instan agar lebih cepat diselesaikan.

Sebagai akibat dari perkembangan teknologi, organisasi bisnis seperti perusahaan penyedia barang maupun jasa harus senantiasa siap untuk melayani dan memenuhi keinginan serta kebutuhan pelanggannya terhadap informasi yang menjadi komoditas bagi mereka.

Di dalam sebuah perusahaan, informasi diperlukan bukan hanya oleh publik internal seperti karyawan, pimpinan atau staf lainnya, tetapi juga dibutuhkan oleh publik eksternal seperti masyarakat umum dan juga pelanggan. Pelanggan tentu publik utama dalam sebuah perusahaan, sehingga untuk menunjang kemajuan sebuah perusahaan harus bisa melayani dan menjaga loyalitas pelanggannya. Terlebih kehidupan perusahaan ditentukan oleh pelanggan.

Informasi hanya akan diperoleh apabila ada komunikasi dalam sebuah organisasi. Artinya komunikasi organisasi dalam sebuah perusahaan harus berjalan dengan efektif. Komunikasi membantu anggota-anggota organisasi mencapai tujuan individu dan juga organisasi. Menurut persepsi Katz dan Khan :

> "Komunikasi organisasi merupakan arus informasi, pertukaran informasi dan pemindahan arti di dalam suatu organisasi. Menurut Katz dan Khan organisasi adalah sebagai suatu sistem terbuka yang menerima energi dari lingkungannya dan mengubah energi ini menjadi produk atau *Service* dari sistem dan mengeluarkan produk atau *service* ini kepada lingkungan." (Romli, 2014:11)

Pada dasarnya, dalam kehidupan sehari-hari, apapun yang kita lakukan pasti berhubungan dengan komunikasi. Bukan hanya dalam sebuah organisasi. Setiap hari kita melakukan komunikasi dimulai dari kita terbangun dipagi hari. Diera global seperti saat ini, kita telah terbiasa untuk mencari informasi yang kita butuhkan dengan media komunikasi yang serba mudah dan praktis seperti *Smartphone.*

Hal itu juga yang membuat organisasi khususnya perusahaan bisnis berlomba-lomba untuk menyediakan media komunikasi yang memudahkan pelanggannya memperoleh informasi.

Sebagai komunikator yang menjadi sumber informasi bagi pelanggan, seharusnya *CSO Contact Center PLN123* memiliki kredibilitas tinggi yang bisa ditunjukan melalui kualitas kerjanya. Apabila setiap bulan masih ada penurunan kualitas pelayanan *CSO Contact Center PLN123*, kemungkinan rendahnya kredibilitas *CSO Contact Center PLN123* bisa saja terjadi.

Begitu banyaknya, ketidaksesuaian yang terjadi, seperti kurangnya kepatuhan CSO pada SOP perusahaan merupakan hal menarik bagi peneliti untuk bisa diteliti sehingga hasilnya nanti dapat menggambarkan bagaimana kredibilitas CSO. Selain itu, di penelitian yang berkaitan dengan Kredibilitas *CSO Contact Center PLN123* belum banyak dilakukan. Namun, pada penelitian ini, peneliti membatasi masalah penelitian pada konteks kredibilitas CSO dalam menyampaikan informasi kepada pelanggan, tidak mencakup keseluruhan kredibilitas secara pribadi CSO. Oleh karena itu peneliti merasa tertaarik untuk bisa mengetahui **“Bagaimana Kredibilitas**

Customer Service Officer Contact Center PLN123 **PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dalam Memenuhi Kebutuhan Inforamasi Pelanggan?"**

1.2. Rumusan masalah

Berikut ini adalah rumusan masalah yang dibuat oleh peneliti sebagai alur untuk mencapai hasil penelitian. rumusan masalah dibagi menjadi rumusan masalah makro dan dirincikan pada rumusan masalah mikro.

1.2.1 Rumusa masalah makro

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas peneliti merumuskan rumusan masalah makro **"Bagaimana Kredibilitas *Customer Service Officer Contact Center PLN123* PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dalam memenuhi kebutuhan informasi pelanggan?."**

1.2.2 Rumusan masalah mikro

Untuk mempermudah penelitian, peneliti membuat rumusan masalah mikro sebagai rincian dari masalah makro sebagai berikut :

1. Bagaimana **Kemampuan Komunikasi** *Customer Service Officer Contact Center PLN123* PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dalam memenuhi kebutuhan informasi pelanggan?

2. Bagaimana **Penguasaan Informasi** *Customer Service Officer Contact Center PLN123* PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dalam memenuhi kebutuhan informasi pelanggan?
3. Bagaimana **Penyelesaian masalah** *Customer Service Officer Contact Center PLN123* PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dalam memenuhi kebutuhan informasi pelanggan?

1.3. Maksud dan Tujuan penelitian

Penelitian ini memiliki maksud dan tujuan yang menjadi bagian dari penelitian sebagai ranah yang perlu diketahui, Berikut ini adalah maksud dan tujuan pada penelitian ini :

1.3.1 Maksud penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk menjawab permasalahan pada latar belakang yakni untuk mengetahui "**Bagaimana Kredibilitas CSO *Contact Center PLN123* PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dalam memenuhi kebutuhan informasi pelanggan."**

1.3.2 Tujuan penelitian

Berikut ini adalah tujuan penelitian yang merupakan penjabaran dari maksud penelitian.

1. Untuk mengetahui **Kemampuan Komunikasi** *Customer Service Officer Contact Center PLN123* PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dalam memenuhi kebutuhan informasi pelanggan.
2. Untuk mengetahui **Penguasaan Informasi** *Customer Service Officer Contact Center PLN123* PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dalam memenuhi kebutuhan informasi pelanggan
3. Untuk mengetahui **Penyelesaian masalah** *Customer Service Officer Contact Center PLN123* PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dalam memenuhi kebutuhan informasi pelanggan

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis penelitian yang dilakukan oleh penelitian merupakan salah satu bentuk pengembangan ilmu komunikasi, khususnya komunikasi organisasi yang berkaitan dengan kredibilitas seorang komunikator.

1.4.2 Kegunaan praktis

A. Peneliti

Kegunaan bagi peneliti adalah perolehan pengalaman serta untuk mengaplikasikan apa yang telah dipelajari di Universitas selama masa perkuliahan. Selain itu, peneliti mendapat tambahan pengetahuan khususnya mengenai kredibilitas seorang komunikator dalam sebuah organisasi.

B. Program Studi

Kegunaan penelitian ini adalah sebagai bahan *literature* maupun sebagai referensi bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi yang melakukan penelitian pada kajian yang sama dalam konteks komuniaksi organisasi.

C. PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi bagi pimpinan bidang/unit Niaga, khususnya divisi operasional *Contact Center PLN123*. Hasil penelitian diharapkan mempunyai kegunaan yang bermanfaat sebagai masukan dan bahan evaluasi bagi PT. PLN (Persero) untuk meningkatkan kredibilitas *CSO Contact Center PLN123* agar bisa lebih memuaskan pelanggan PT. PLN (Persero).